

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan modus tingkat kepentingan didapatkan hasil sebagai berikut:
 - 14 (empat belas) dari 30 (tiga puluh) kebutuhan dan keinginan konsumen memperoleh nilai dengan bobot 5 (sangat penting):
 - Rasa makanan enak
 - Makanan yang disajikan bersih
 - Tampilan makanan menarik
 - Minuman yang disajikan bersih
 - Menu minuman yang bervariasi
 - Minuman yang ada pada daftar menu selalu tersedia
 - Sikap pramusaji yang ramah
 - Peralatan makan dan minum yang bersih
 - Toilet yang bersih dan wangi
 - Tersedianya kipas angin saat panas
 - Suasana tempat makan yang nyaman
 - Proses pemesanan yang mudah dan cepat
 - Waktu tunggu dari pemesanan hingga makanan datang cepat
 - Proses pembayaran mudah karena dapat menerima berbagai jenis pembayaran
 - 16 (enam belas) dari 30 (tiga puluh) karakteristik kebutuhan dan keinginan konsumen memperoleh nilai dengan bobot 4 (penting):
 - Menu makanan yang bervariasi.
 - Makanan yang ada pada daftar menu selalu tersedia.
 - Rasa minuman enak.
 - Tampilan minuman menarik.
 - Porsi makanan sesuai dengan harganya.
 - Kualitas makanan sesuai dengan harganya.
 - Porsi minuman sesuai dengan harganya.
 - Kualitas minuman sesuai dengan harganya.
 - Penyampaian pramusaji mengenai produk sangat jelas.

- Pramusaji bersikap cepat dalam menanggapi permintaan konsumen.
- Pramusaji bersikap cepat dalam menanggapi keluhan.
- Ketersediaan lahan parkir yang mencukupi.
- Lantai yang bersih dan tidak licin.
- Wastafel bersih.
- Tersediannya Wifi.
- Pemberian nota tagihan relatif cepat.

2. Konsumen Kafe Suis Butcher Steak House Setiabudi memberikan nilai terhadap kinerja Kafe Suis Butcher Steak House Setiabudi masih berada dibawah nilai harapannya. Hal tersebut dapat dilihat dari:

- Rata-Rata Tingkat Kepentingan Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan Konsumen Per Dimensi Sesuai Urutan:
 - Rata-rata Dimensi Produk Minuman (4,65)
 - Rata-rata Dimensi Produk Makanan (4,57)
 - Rata-rata Dimensi Proses (4,54)
 - Rata-rata Dimensi Bukti Fisik (4,44)
 - Rata-rata Dimensi Karyawan (4,39)
 - Rata-rata Dimensi Harga (4,33)
- Rata-Rata Tingkat Kinerja Per Dimensi Sesuai Urutan:
 - Rata-rata Dimensi Proses (4,04)
 - Rata-rata Dimensi Harga (3,84)
 - Rata-rata Dimensi Karyawan (3,81)
 - Rata-rata Dimensi Produk Makanan (3,79)
 - Rata-rata Dimensi Produk Minuman (3,79)
 - Rata-rata Dimensi Bukti Fisik (3,71)
- Kesenjangan Rata-rata Tingkat Penilaian Kinerja dengan Tingkat Kepentingan Konsumen Per Dimensi:
 - Rata-rata Dimensi Produk Minuman (-0,86)
 - Rata-rata Dimensi Produk Makanan (-0,78)
 - Rata-rata Dimensi Bukti Fisik (-0,73)
 - Rata-rata Dimensi Karyawan (-0,58)
 - Rata-rata Dimensi Proses (-0,50)
 - Rata-rata Dimensi Harga (-0,49)

- Kesenjangan tingkat penilaian kinerja dengan tingkat kepentingan konsumen dari 10 karakteristik kebutuhan dan keinginan konsumen yang terbesar adalah sebagai berikut:
 - Tersedianya kipas angin saat panas. (-1,32)
 - Ketersediaan lahan parkir yang mencukupi. (-1,18)
 - Tampilan makanan menarik. (-1,14)
 - Minuman yang ada pada daftar menu selalu tersedia. (-1,09)
 - Makanan yang ada pada daftar menu selalu tersedia. (-1,03)
 - Makanan yang disajikan bersih. (-0,92)
 - Minuman yang disajikan bersih. (-0,91)
 - Toilet yang bersih dan wangi. (-0,89)
 - Menu minuman yang bervariasi. (-0,85)
 - Sikap pramusaji yang ramah. (-0,81)
3. Terdapat 24 karakteristik teknik Kafe Suis Butcher Steak House Setiabudi yang disusun berdasarkan karakteristik kebutuhan dan keinginan konsumen:
- Membuat standar resep makanan.
 - Membuat standar resep minuman.
 - Membuat standar kebersihan makanan dan minuman yang disajikan.
 - Melakukan riset untuk menu makanan minuman.
 - Koki membuat standar untuk menata makanan agar terlihat menarik.
 - Barista membuat standar untuk menata minuman agar terlihat menarik.
 - Mengelola persediaan bahan baku dengan baik.
 - Menetapkan standar bahan baku yang digunakan untuk setiap jenis makanan.
 - Menetapkan standar bahan baku yang digunakan untuk setiap jenis minuman.
 - Menetapkan standar kualitas bahan baku yang digunakan untuk setiap jenis makanan dan minuman.
 - Membuat dan memberlakukan standar perilaku karyawan terhadap konsumen.
 - Membuat pelatihan agar pengetahuan karyawan mengenai produk meningkat.
 - Mencari tambahan lahan parkir di sekitar Kafe Suis Butcher Setiabudi.
 - Membuat standar kebersihan peralatan makan dan minum.

- Lantai ruang makan dibersihkan pukul 07.00 dan pukul 15.00.
 - Toilet dibersihkan pukul 08.00 dan pukul 16.00.
 - Wastafel dibersihkan pukul 09.00 dan pukul 17.00.
 - Berlangganan Fastnet dari Firstmedia untuk menyediakan akses internet yang cepat.
 - Menyalakan Kipas Angin dan/atau AC saat panas.
 - Menyediakan interior yang bagus dan nyaman untuk digunakan.
 - Menyediakan buku menu yang disertai gambar dan penjelasan singkat.
 - Menyediakan formulir untuk pesanan yang informatif.
 - Memiliki Sistem Point of Sales yang baik.
 - Menyediakan fasilitas pembayaran tunai, dengan kartu debit, dan kartu kredit.
4. Terdapat 19 (sembilan belas) karakteristik teknik perusahaan yang memperoleh penilaian hubungan yang kuat dengan nilai 9 (sembilan). Selain itu terdapat 6 (enam) karakteristik teknik yang memperoleh hubungan yang sedang 3 (tiga) dan terdapat 5 (lima) karakteristik teknik yang memperoleh hubungan yang sedang 1 (satu).
5. Terdapat 6 (enam) karakteristik teknik yang memiliki korelasi positif (+), yaitu:
- Membuat standar resep makanan **dengan** menetapkan standar bahan baku yang digunakan untuk setiap jenis makanan.
 - Membuat standar resep minuman **dengan** menetapkan standar bahan baku yang digunakan untuk setiap jenis minuman.
 - Membuat standar resep makanan **dengan** menetapkan standar kualitas bahan baku yang digunakan untuk setiap jenis makanan dan minuman.
 - Membuat standar resep minuman **dengan** menetapkan standar kualitas bahan baku yang digunakan untuk setiap jenis makanan dan minuman.
 - Menetapkan standar bahan baku yang digunakan untuk setiap jenis makanan **dengan** menetapkan standar kualitas bahan baku yang digunakan untuk setiap jenis makanan dan minuman.
 - Menetapkan standar bahan baku yang digunakan untuk setiap jenis minuman **dengan** menetapkan standar kualitas bahan baku yang digunakan untuk setiap jenis makanan dan minuman.

6. Karakteristik teknik yang memiliki tingkat relatif diatas 5% harus lebih diprioritaskan untuk diperbaiki agar dapat meningkatkan kualitas produknya. Karakteristik teknik tersebut adalah sebagai berikut:
- Membuat standar resep makanan. (5,184%)
 - Koki membuat standar untuk menata makanan agar terlihat menarik. (5,184%)
 - Membuat standar kebersihan peralatan makan dan minum. (5,184%)
 - Toilet dibersihkan pukul 08.00 dan pukul 16.00. (5,184%)
 - Menyediakan interior yang bagus dan nyaman untuk digunakan. (5,184%)
 - Menyalakan Kipas Angin dan/atau AC saat panas. (5,184%)
 - Menyediakan buku menu yang disertai gambar dan penjelasan singkat. (5,184%)
 - Menyediakan fasilitas pembayaran tunai, dengan kartu debit, dan kartu kredit. (5,184%)
 - Menyediakan formulir untuk pesanan yang informatif. (5,184%)

5.2 Saran

Berikut adalah saran-saran yang diharapkan dapat menjadi masukan bagi manajer Kafe Suis Butcher Steak House Setiabudi dalam meningkatkan kualitas produk dan pelayanan. Saran-saran yang diberikan adalah berdasarkan hasil penelitian dan dapat dilihat sebagai berikut:

1. Agar menjadi perusahaan yang unggul dalam persaingan perusahaan harus mampu memenuhi kebutuhan konsumen. Untuk dapat memenuhi kebutuhan dan memuaskan konsumennya, Kafe Suis Butcher Steak House Setiabudi disarankan untuk:
 - Menyediakan form penilaian, kritik, dan saran (*guest comment*) yang diberikan saat konsumen menunggu nota pembayaran di Kafe Suis Butcher Steak House Setiabudi agar dapat mengetahui selera, keinginan dan kebutuhan konsumen di pada saat periode tertentu.
 - Menanyakan secara langsung komentar dari konsumen mengenai produk yang dipesannya agar mengetahui apakah kinerja perusahaan sudah memuaskan konsumen.
2. Untuk mengetahui penilaian konsumen terhadap kinerja perlu kita perhatikan nilai kesenjangan yang ada, terutama jika nilai kesenjangan tersebut negatif. Kafe Suis Butcher Steak House Setiabudi perlu memperhatikan karakteristik

kebutuhan dan keinginan konsumen yang memperoleh nilai kesenjangan negatif dan melakukan tindakan perbaikan. Diketahui bahwa semua pernyataan karakteristik kebutuhan dan keinginan konsumen yang dimiliki oleh nilai Kafe Suis Butcher Steak House Setiabudi bernilai negatif. Walaupun nilai kesenjangan kecil perusahaan perlu melakukan perbaikan agar dapat meningkatkan kualitas produk dan pelayanan. Jika perusahaan sudah memperbaikinya dan mendapatkan kesenjangan yang positif perusahaan harus mempertahankan nilai positif tersebut dan jika memungkinkan lebih ditingkatkan lagi agar dapat memenuhi kebutuhan dan memuaskan konsumen Kafe Suis Butcher Steak House Setiabudi.

3. Kafe Suis Butcher Steak House Setiabudi disarankan untuk mempertahankan karakteristik teknik yang memiliki nilai 4 dan 5 karena karakteristik teknik tersebut dianggap sudah baik. Untuk karakteristik teknik yang masih mempunyai nilai dibawah 4 (empat) Kafe Suis Butcher Steak House SETIABUDI perlu mengevaluasi dan memperbaiki kembali setiap karakteristik teknik tersebut.
4. Hubungan antar karakteristik teknik dengan karakteristik kebutuhan dan keinginan konsumen yang memiliki hubungan dengan nilai 9 (sembilan) sebaiknya diutamakan untuk dilakukan perbaikan, setelah itu selanjutnya perbaikan dilakukan pada karakteristik yang memiliki hubungan dengan nilai 3 (tiga).
5. Karakteristik teknik yang memiliki korelasi positif (+) perlu diperhatikan lebih karena perubahan pada salah satu karakteristik teknik tersebut akan dapat berdampak kepada karakteristik teknik lainnya.
6. Kafe Suis Butcher Steak House Setiabudi perlu melakukan tindakan perbaikan berdasarkan prioritas untuk meningkatkan kinerja pada karakteristik teknik yang memperoleh nilai kepentingan relatif yang berada di atas 5%, disarankan sebagai berikut:
 - Membuat standar resep makanan. (5,184%)
 - Melakukan kontrol pada saat proses memasak atau membuat makanan sesuai dengan resep yang telah dibuat, agar makanan yang dimasak atau dibuat memiliki rasa dan kualitas yang stabil.
 - Koki membuat standar untuk menata makanan agar terlihat menarik. (5,184%)
 - Melakukan kontrol oleh bagian dapur sebelum makanan disajikan, agar tampilan makanan tampak menarik pada saat sampai di hadapan konsumen.

- Membuat standar kebersihan peralatan makan dan minum. (5,184%)
 - Mencuci peralatan makan dan minum dengan baik lalu langsung dikeringkan untuk memperkecil kemungkinan peralatan makan dan minum tersebut terkena kotoran (debu, rambut, dan lain-lain) sehingga menempel di piring tersebut.
 - Mengelap ulang peralatan makan dan minum sebelum digunakan.
- Toilet dibersihkan pukul 08.00 dan pukul 16.00. (5,184%)
 - Memperhatikan setiap bagian toilet agar tidak ada yang terlewat pada saat membersihkan toilet, karena kadang bau yang tidak sedap muncul akibat adanya bagian-bagian tertentu yang terlewatkan saat membersihkan toilet. Contoh bagian yang sering kali terlewat adalah bagian engsel tutup toilet.
 - Menggunakan cairan disinfektan dan diamkan beberapa saat agar disinfektan tersebut dapat membersihkan bagian-bagian yang kotor.
- Menyediakan interior yang bagus dan nyaman untuk digunakan. (5,184%)
 - Membersihkan hiasan-hiasan di dalam ruangan agar lebih bersih dari debu agar membuat tampilan hiasan-hiasan tersebut lebih baik dan indah.
 - Mengganti tampilan ruangan beberapa tahun sekali atau dalam event-event tertentu agar tampilan ruangan menarik dan bagus.
 - Mengatur cahaya lampu agar menciptakan suasana yang hangat dan nyaman.
- Menyalakan Kipas Angin dan/atau AC saat panas. (5,184%)
 - Menambah unit kipas angin atau AC pada bagian dalam, agar konsumen tidak merasa kepanasan saat kafe telalu penuh atau berkunjung ke kafe disaat siang hari yang panas. Pengunjung akan merasa nyaman jika suhu ruangan tidak terlalu panas.
 - Menutup bagian dalam saat panas agar kipas angin atau AC dapat berfungsi dengan baik dan menciptakan suhu ruangan yang nyaman.
- Menyediakan buku menu yang disertai gambar dan penjelasan singkat. (5,184%)
 - Menambah penjelasan singkat seperti terdapat apa saja dalam satu produk, agar mengurangi waktu yang biasanya terpakai oleh pertanyaan konsumen mengenai detail makanan yang akan dipesannya.

- Menyediakan fasilitas pembayaran tunai, dengan kartu debit, dan kartu kredit. (5,184%)
 - Menyediakan berbagai metode pembayaran yang dapat memudahkan proses pembayaran, terutama saat ini mulai banyak metode pembayaran digital seperti OVO, T-Cash, dan lain-lain
- Menyediakan formulir untuk pesanan yang informatif. (5,184%)
 - Membuat desain formulir pemesanan yang lebih baik lagi agar pramusaji dapat mencatat pesanan dengan lebih baik dan teliti, sehingga meminimalkan kemungkinan kesalahan dalam proses pemesanan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D.A., Kumar. V., Day, G.S., dan Leone, R. (2011). Marketing Research (International Student Version). 10th edition. Danvers, United States: Jon Willey and Sons. Inc.
- Cohen, L. (1995). Quality Function Deployment: How to Make QFD Work for You. Massacho Setts: Addison-Wesley Publishing Company.
- Fitzsimmons, J.A., dan Fitzsimmons. M.J., (2011). Service Management: Operarion Strategy, Information Technology. 7th edition. New York: McGraw-Hill.
- Heizer, J., dan Render, B., Munson, C. (2016). Operations Management: Sustainability and Supply Chain Management. 11th edition. New Jersey: Pearson Education Limited.
- Keegan, W. J. dan B Render. (2013). Global Marketing. 7th edition. Harlow: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., dan Armstrong, G. (2016). Principles of Marketing. 15th edition. New Jersey: Pearson Education.
- Kotler, P., dan K.L. Keller. (2016). Principles of Marketing. 15th edition. New Jersey: Pearson Education.
- Marsum, AW. (2005). Restoran dan segala permasalahannya. 4th edition. Yogyakarta: Andi Ofsett
- Sekaran, U. dan Bougie, R. (2013). Research Methods for Business: A Skill - Building Approach. 6th edition. New York: John Wiley and Sons Inc.
- Zeithaml, V.A., Bitner, M.J., dan Gremler, D.D. (2013). Services Marketing. 6th edition. New York: McGraw-Hill Education.